

BAB III

METODE PRODUKSI DIORAMALANG.COM

3.1 Proses Pembuatan Media Online dan Media Sosial

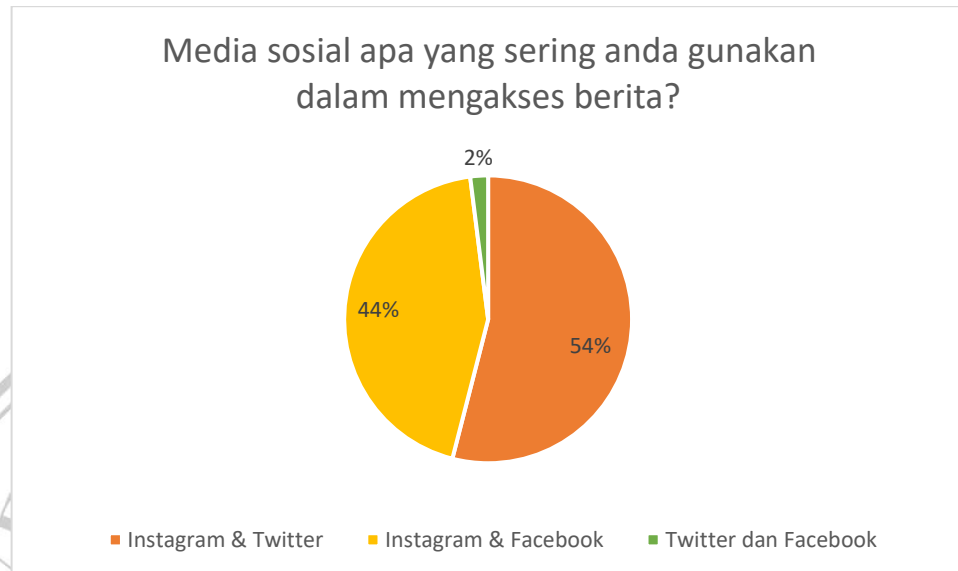
3.1.1 Proses Lahirnya Website

Kelahiran dan perkembangan portal berita Dioramalang.com mulanya berawal dari kegiatan praktikum jurnalistik manajemen media online yang dilakukan oleh penulis dan empat rekan lainnya yang terbentuk dalam sebuah kelompok redaksi. Dengan bekal portal berita online, Dioramalang.com diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pembaca yang membutuhkan informasi seputar tradisi, sejarah, dan budaya yang ada di Kabupaten dan Kota Malang. Tema ini diangkat karena dinilai cocok dengan kondisi masyarakat modern khususnya generasi milenial masa kini yang terkesan jauh dari kebudayaan lokal.

Pemilihan tema dilakukan berdasarkan riset Dioramalang.com pada Februari 2020 yang mana ditemukan bahwa dari 100 orang responden yang tersebar dari 6 wilayah kota yang berbeda, 47% responden di antaranya memilih tidak pernah mengunjungi website berita tentang “Malang: Budaya, Sejarah, dan Tradisi” (lihat Gambar 7, halaman 19). Hal ini tentu menjadi perhatian tim redaksi untuk memilih tema ini sebagai tema inti untuk menentukan konten-konten informatif yang dapat disajikan untuk

para pembaca.

3.1.2 Proses Lahirnya Media Sosial



Gambar 5. Diagram Survei Media Sosial Sebagai Alat Mengakses Berita

Untuk memperkuat peran Dioramalang.com sebagai media edukasi dan *entertainment*, tim redaksi juga hadir pada laman media sosial. Hal ini dilakukan untuk memperluas sirkulasi informasi yang disajikan agar para pembaca dapat menemukan konten-konten Dioramalang.com di media sosial yang sering digunakan oleh generasi muda.



Gambar 6. Tampilan salah satu video pada saluran Youtube Dioramalang Media

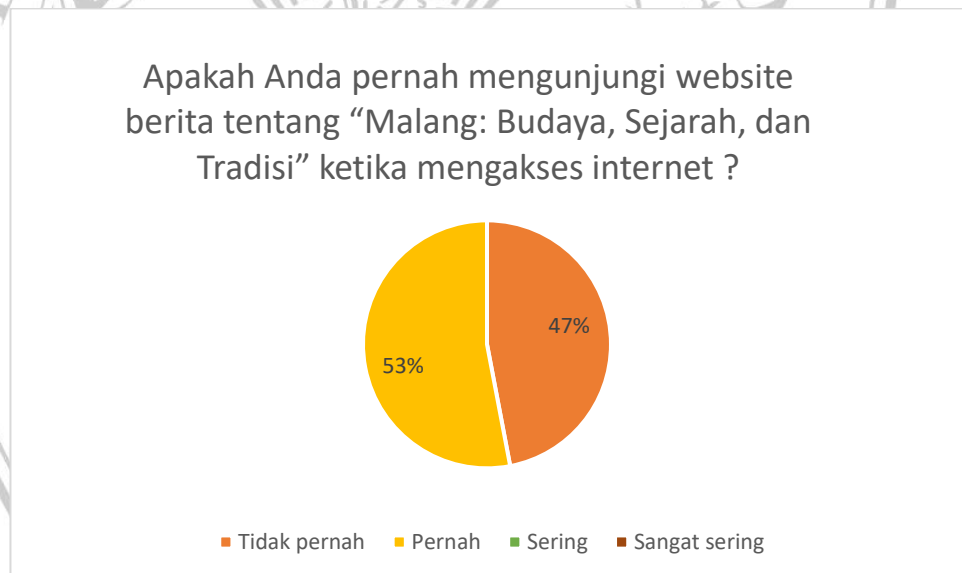
Pada riset yang dilakukan oleh tim redaksi Dioramalang.com ditemukan bahwa dari 100 responden, mayoritas memilih Instagram dan Twitter sebagai media sosial yang sering digunakan untuk mengakses berita atau informasi. Di samping itu tim redaksi menyepakati untuk menambah Youtube sebagai penunjang distribusi informasi Dioramalang.com dalam bentuk media audio visual.

3.2 Riset Pra Produksi

Dalam melangsungkan manajemen media online, Dioramalang.com melangsungkan riset terhadap 100 orang responden dan juga wawancara terhadap tiga narasumber yang terbagi atas jurnalis, pakar media, mahasiswa, dan orang awam dari generasi X.

3.2.1 Riset Konten

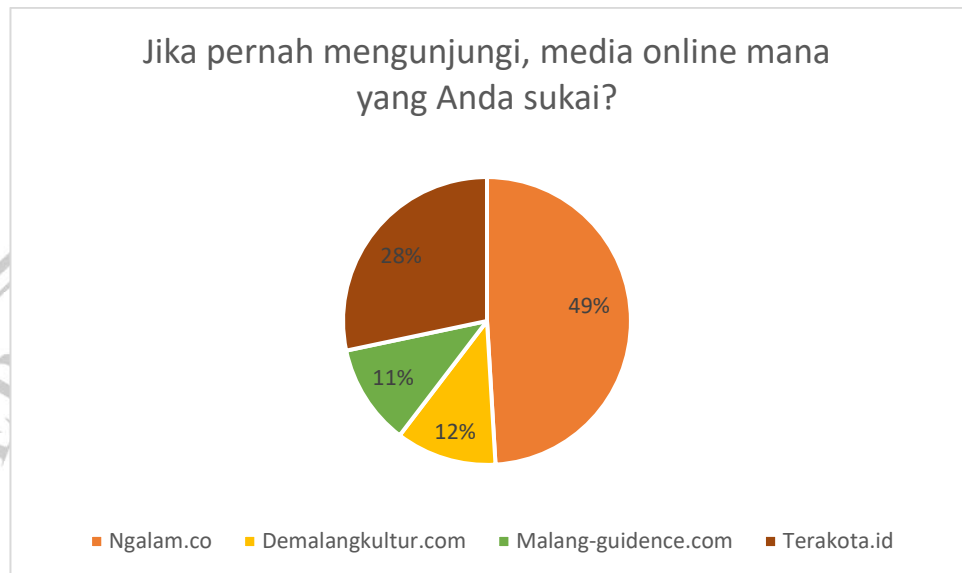
Meski Dioramalang.com bukan satu-satunya website bertema Budaya, Sejarah, dan Tradisi di Kabupaten dan Kota Malang, akan tetapi ternyata 47 orang dari total 100 responden dalam riset yang disebar memilih tidak atau belum pernah mengunjungi website dengan tema tersebut. Hal ini menjadi perhatian Dioramalang.com untuk menyuguhkan berita dengan tema budaya, sejarah, dan tradisi Malang dengan memperhatikan kecenderungan audiens dalam memilih portal berita.



Gambar 7. Diagram Survei Kunjungan Pada Laman Berita Lain

Bagi 53 responden yang memilih pernah mengunjungi website dengan tema tersebut, beberapa di antaranya memilih pernah mengunjungi empat website di antaranya Ngalam.co dengan perolehan

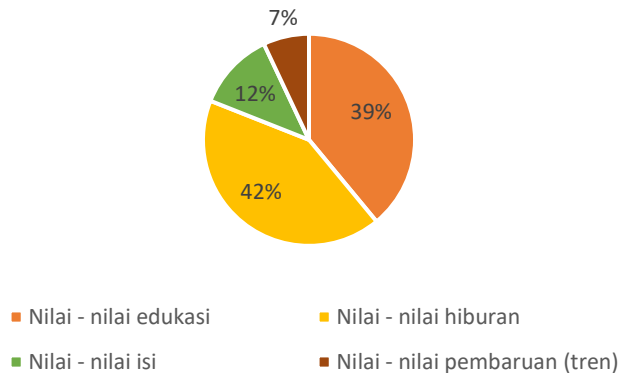
49% (26 orang), Terakota.id sebanyak 28% (15 orang), Demalangkultur.com sebanyak 12% (6 orang), dan Malang-guidance.com dengan jumlah 11% (6 orang).



Gambar 8. Diagram Survei Laman Berita yang Disukai

Menyambung dari pertanyaan di atas, sebanyak 49 orang menyatakan bahwa sudah pernah mengunjungi Ngalam.co. Kemudian diikuti dengan 28 orang yang pernah mengunjungi Terakota.id, 12 orang untuk Demalangkultur.com, dan 11 orang untuk Malang-guidance.com.

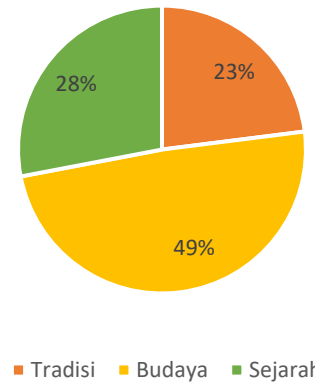
Nilai – nilai apa yang ingin anda ketahui dari berita bertema “Malang: Tradisi, Budaya dan Sejarah”?



Gambar 9. Diagram Survei Nilai/Value Seputar “Malang: Tradisi, Budaya dan Sejarah”

Dari 100 responden, ditemukan bahwa sebanyak 42 responden memilih nilai-nilai hiburan sebagai objek yang lebih ingin diketahui dari sebuah portal berita dengan tema “Malang: Tradisi, Budaya, dan Sejarah”. Diikuti dengan 39 orang yang memilih nilai-nilai edukasi, 12 orang yang memilih nilai-nilai isi, dan 7 orang yang memilih nilai-nilai pembaruan atau tren. Hasil ini merupakan temuan penting dalam riset audiens yang berguna untuk menentukan varietas berita sekaligus membantu menyusun *big picture* pada penyusunan naskah.

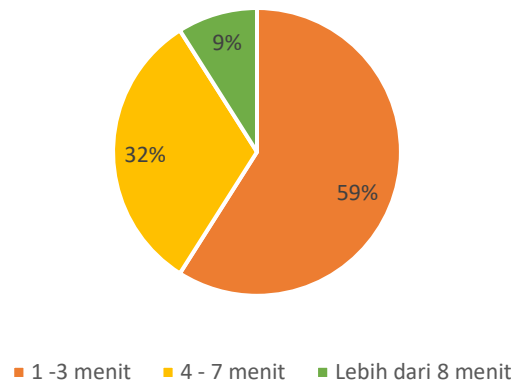
Topik apa yang anda ingin ketahui seputar
Malang Raya?



Gambar 10. Diagram Survei Topik yang Diminati Seputar Malang Raya

Sebanyak 49 responden memilih Budaya sebagai cerita atau objek khusus yang ingin diketahui seputar Malang. Kemudian diikuti dengan 28 orang yang memilih Sejarah, serta 23 orang dengan pilihan Tradisi.

Berapa lama waktu yang anda habiskan untuk
membaca satu berita ?



Gambar 11. Diagram Survei Waktu yang Dhabiskan Saat Membaca Satu Berita

Dari 100 responden, mayoritas memilih waktu yang dihabiskan dalam membaca satu berita selama 1–3 menit dengan jumlah pemilih 59 orang. Sisanya, 4–7 menit waktu yang dihabiskan dalam membaca satu berita dengan jumlah pemilih 32 orang dan lebih dari 8 menit dengan jumlah pemilih 9 orang.

3.2.2 Survei Pra Produksi

Berdasarkan riset yang dilakukan pada tahun 2020, Dioramalang.com menemukan bahwa ada dua portal berita yang dapat menjadi referensi dalam menyajikan informasi baik yang berbentuk artikel di website, infografis, sampai dengan konten di media sosial. Mulanya portal berita yang menjadi rujukan adalah Ngalam.co dan Terakota.id, akan tetapi sejak tanggal 25 Maret 2021 website dan media sosial Ngalam.co tidak lagi aktif.

Maka dari itu Terakota.id menjadi *benchmark* dalam membangun Dioramalang.com. Dalam forum PDAM Indonesia 2008, *Benchmarking* adalah suatu proses sistematis dalam membandingkan produk, jasa atau praktik suatu organisasi terhadap kompetitor atau pemimpin industri untuk menentukan apa yang harus dilakukan dalam mencapai tingkat kinerja yang tinggi. (Syafi'i, 2013). Melalui praktik

benchmarking, tim redaksi dapat mengidentifikasi perbedaan kinerja dengan pesaing dan mengambil langkah-langkah perbaikan untuk meningkatkan keunggulan.

Beberapa unsur penting seperti konten media sosial, jumlah kutipan langsung, kualifikasi narasumber, jenis data yang diambil dalam publikasi berita, perkiraan durasi baca berdasarkan jumlah kata, pencantuman *hyperlink*, dan elemen *news value* pada website tersebut menjadi acuan sekaligus bahan refleksi Dioramalang.com untuk menciptakan media online yang dapat digunakan sebagai sarana edukasi dan *entertainment* dengan mengangkat kembali tradisi, sejarah, dan budaya Malang.

3.2.3 Wawancara

Untuk menguatkan tujuan dan perancangan portal berita, Dioramalang.com melakukan wawancara bersama narasumber yang diklasifikasikan menjadi tiga jenis yakni jurnalis, pakar media, mahasiswa, dan orang awam dari generasi X.

Narasumber pertama adalah Kariadi, S.E., seorang jurnalis yang berprofesi sebagai wartawan Harian Bhirawa, olehnya dijelaskan bahwa topik berita mengenai informasi sejarah, budaya, dan tradisi Malang kebanyakan dibuat menjadi features. Kariadi menyarankan untuk

menyajikan informasi dengan gaya tulisan berbentuk artikel non-fiksi atau semi-ilmiah secara nyata. Isu yang diambil juga harus segar dan tidak monoton. Isu-isu yang menarik ini dapat diangkat menjadi tulisan dengan mengaitkan fenomena terkini dengan cara mengeksplorasi budaya di Malang.

Narasumber kedua adalah mahasiswa DKV Universitas Negeri Malang, Ranga Wisnu Candra, ia berpendapat bahwa berita mengenai sejarah, tradisi, dan budaya sangat menarik perhatian namun kebanyakan portal berita yang ada menyajikan informasinya dengan cara yang tidak menarik dan membosankan.

Terakhir adalah wawancara bersama generasi X bernama Prima yang berprofesi sebagai wirausahawan. Narasumber menjelaskan bahwa generasi X memiliki kecenderungan untuk mengikuti perkembangan informasi tentang sejarah, budaya, dan tradisi Malang, akan tetapi informasi yang didapat ini masih terbatas dan belum banyak diketahui. Maka dari itu ditemukan bahwa generasi X menginginkan adanya portal berita yang membahas tema tersebut dengan menyajikan fakta menarik yang jarang diketahui oleh publik dengan bahasa yang mudah diserap, dibantu judul yang menarik.

3.3 Standar Kerja (SOP)

Untuk menjaga kualitas berita, Dioramalang.com memastikan dalam penyusunannya sesuai dengan standar kerja profesional yang menjunjung tinggi etika jurnanisme dan tetap berada pada tujuan awal yaitu mengangkat kembali sejarah, tradisi, dan budaya di Malang Raya sebagai sarana edukasi dan entertainment.

3.3.1 Standar Penulisan

Artikel berita yang dimuat dalam media online Dioramalang.com harus mematuhi beberapa standar penulisan yang telah ditetapkan oleh tim redaksi. Hal ini dimaksudkan agar para pembaca nantinya dapat mengakses berita yang informatif, edukatif, faktual, dan nyaman dibaca. Beberapa standar penulisan yang ditekankan oleh Dioramalang.com di antaranya adalah jumlah susunan kata minimum untuk menyusun artikel opini sebanyak 800 kata, straight news dengan 400 kata, liputan khusus 1500 kata, dan featured news sejumlah 600 kata.

Selain itu setiap artikel yang memuat referensi dari jurnal maupun media online lain harus dicatutkan dalam bentuk hyperlink supaya memudahkan pembaca untuk melihat referensi asli dan menambah nilai akurasi berita. Di samping itu penulisan kata sapaan juga wajib dimasukkan dalam artikel setidaknya satu kali untuk

memberikan kesan khas bagi audiens Dioramalang.com.

Standar penulisan lain yang wajib diperhatikan adalah susunan kalimat yang ada pada lead berita. Ini penting dilakukan karena lead merupakan paragraf penentu apakah artikel yang dimuat menarik untuk dibaca atau tidak.

1. Straight News

Standar penulisan feature dibuat dengan rumusan baku 5W+1H atau *what, when, where, why, dan who*. Straight news merupakan berita langsung yang harus segera dipublikasi dan dapat dibaca secara singkat dan lugas berita, karena itu Dioramalang.com menyajikan straight news dengan ketentuan medium form atau minimal 200 kata.

2. Feature News

Berbeda dari straight news, feature tidak dikemas secara lugas dan kaku. Pengemasan feature justru harus dibuat semenyenangkan mungkin mengingat tujuannya untuk memberikan informasi sebanyak mungkin namun tetap sesuai dengan fakta dan kaidah jurnalistik. Dioramalang.com memberikan setidaknya lebih dari 600 kata di setiap artikel feature.

3. Opini

Dioramalang.com membuka peluang untuk reporter dan citizen media (media warga) untuk mewartakan opininya di rubrik khusus bernama Tuter. Tulisannya harus orisinal dan sesuai dengan bidang

keilmuan penulis, maka dari itu perlu menambah data sekunder supaya dapat menunjang isi naskah.

Opini setidaknya terdiri minimal 800 sampai 1200 kata.

4. Indepth News

Indepth News atau Indepth Reporting merupakan artikel yang disusun lebih mendalam daripada sajian berita lainnya. Hal ini dimulai dengan perencanaan topik, kemudian pengamatan lapangan yang dilengkapi data pustaka, dan dilengkapi sejarah singkat sebagai latar belakang. Secara penulisan tidak harus menerapkan piramida terbalik, namun tutur kata dan narasinya harus menyenangkan pembaca. Dioramalang.com menyampaikan Indepth News dalam bentuk long form yang terdiri lebih dari 2000 kata.

5. Infografis

Kemajuan teknologi membuat penyajian berita tidak lagi berpaku pada narasi tertulis dan audio saja, namun juga dalam bentuk ilustrasi visual. Dioramalang.com menyesuaikan diri dengan tren penyampaian berita menggunakan gambar atraktif dengan menukil informasi dari berita yang sudah diunggah pada laman Dioramalang.

6. Photostory

Berbeda dari infografis, photostory merupakan karya reportase yang berisi minimal 12 foto dan diawali dengan narasi singkat.

3.3.2 Standar Reportase

Pada kegiatan pemberitaan atau reportase berita, ada tiga proses pembuatan berita yang wajib dilakukan di antaranya adalah proses news planning (perencanaan berita) news hunting (pengumpulan bahan berita), news writing (penulisan berita), dan terakhir news editing (penyuntingan berita).

Pada proses news planning dan news hunting, Dioramalang.com menentukan peristiwa apa yang menarik untuk diwartakan dan mengumpulkan bahan berita secara langsung di lapangan dengan melakukan observasi, riset singkat, dan pengumpulan data dari narasumber terpercaya. Setelah dua poin diatas terpenuhi maka informasi yang diperoleh dapat diolah menjadi data dan siap untuk dituang dalam naskah berita yang dibuat dengan memenuhi unsur 5W+1H.

Namun di tengah pengembangan media online Dioramalang.com, wabah COVID-19 menghalangi para reporter untuk terjun langsung ke lapangan karena pemerintah memberlakukan WFH (work from home). Dengan begitu tim redaksi mengambil jalan tengah untuk mengumpulkan data dari narasumber melalui media sosial seperti Instagram dan Whatsapp. Meski demikian hal ini tidak serta merta melunturkan nilai akurasi berita karena berita yang ditampilkan akan

diperkuat dengan jurnal atau artikel dari media online terkemuka.

3.4 Standar Penulisan Judul

Penulisan judul mencakup pokok berita yang disajikan. Penggunaan kalimat yang mencuri perhatian sangat disarankan, namun tidak hiperbola supaya terhindari dari potensi tergesernya poin utama isi artikel dan juga mencegah clickbait.

3.5 Standar Deadline

Deadline merupakan tenggat waktu yang ditetapkan dalam dunia kerja, standarnya tentu menyesuaikan dengan keadaan suatu kelompok. Pada lingkup kerja Dioramalang.com, setiap anggota wajib untuk menyetorkan satu naskah berita setiap hari. Naskah diserahkan ke editor maksimal pukul 9 pagi sehingga dapat disunting dan diteruskan kembali kepada pimpinan redaksi maksimal pada pukul 12 siang. Pimpinan redaksi bisa saja memberikan kelonggaran bagi yang berhalangan menyetorkan naskah, dan menggantinya pada keesokan hari.

3.6 Proses Editing Naskah

Pada proses editing naskah artikel Dioramalang.com dilakukan secara berlapis, pertama oleh penulis, dan kedua dilakukan oleh editor. Naskah harus ditulis sesuai dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI). Maka dari itu ada beberapa hal yang wajib diperhatikan oleh penulis naskah dan editor, di antaranya adalah penulisan judul, nominal dan lambang mata uang,

tanda persen, bahasa asing, aturan khusus Dioramalang.com seperti kata sapaan, isi berita atau artikel, dan sumber berita. Pada bagian judul, penulisannya harus efektif dan selalu *capitalize each word* atau huruf awalnya harus kapital, termasuk penulisan kata sambung kecuali kata di, ke, dan, dari.

Untuk penulisan bahasa asing, penulis dan editor harus memastikan bahwa bahasa asing atau kata yang tidak lazim ditulis miring. Pada penulisan kata sapaan, setiap penulis harus setidaknya mencatat satu kata sapaan di setiap artikel naskahnya. Isi berita idealnya menggunakan susunan kata minimum yang sudah ditetapkan seperti pada artikel opini sebanyak 800 kata, straight news dengan 400 kata, liputan khusus 1500 kata, dan featured news sejumlah 600 kata. Sumber berita yang digunakan juga harus jelas dan kredibel.

Hal yang seringkali terabaikan dalam penulisan berita adalah tanda baca, seperti penggunaan titik, koma, atau tanda tanya. Penulisan singkatan juga harus diperhatikan agar tidak menimbulkan salah tafsir pada pembaca. Lebih dari itu, proses penyuntingan naskah biasanya banyak memperhatikan teknik penulisan kata yang berfokus pada kata dasar, kata turunan, kata ulang, gabungan kata, partikel kata, penggunaan kata ‘Namun’ dan ‘Tapi’, penggunaan kata ‘Nggak’, penggunaan kata ‘Sama’, dan penulisan angka. Semua kaidah tersebut wajib dipegang oleh penulis agar naskah yang diberikan kepada editor minim kesalahan.

3.7 Kata Sapaan

Demi membangun ikatan antara penulis dan pembaca, pada artikel Dioramalang.com selalu ditambahkan kata sapaan. Kata sapaan ini hanya dapat digunakan pada artikel featured news saja karena sifatnya yang santai dan tidak kaku seperti hard news. Dioramalang.com menggunakan kata sapaan ‘Ker’ yang merupakan boso walikan dari ‘Rek’ dan merupakan partikel dari kata ‘Arek’ yang memiliki arti ‘Bocah’ (anak).

‘Ker’ dipilih sebagai kata sapaan karena banyak digunakan oleh masyarakat Kabupaten dan Kota Malang serta wilayah lain disekitarnya. Maka kata sapaan tersebut dipilih untuk menjalin keakraban antara penulis dan pembaca sekaligus menjadi identitas atau ciri khas yang dimiliki oleh Dioramalang.com.

3.8 Standar Media Sosial

Instagram dimanfaatkan oleh *Social Media Specialist* Dioramalang.com untuk menyajikan konten kreatif berbentuk visual yang diposting secara bertahap. Penyajian informasinya tersebar pada laman media sosial Instagram dan X (Twitter) sebagai upaya penyebaran informasi kreatif. Standar khusus pada Instagram terletak pada penggunaan bingkai foto dan pembubuhan *tagline* dalam bentuk hashtag #BudidayaBerbudaya. Sedangkan standar yang digunakan pada X (Twitter) ada pada penggunaan Glimpse.link, aplikasi penyedia kostumisasi *link preview* untuk menyederhanakan tautan

berita pada laman Dioramalang.com.

3.9 Target Liputan

Tim redaksi secara rutin membuat list topik untuk menjadi target liputan, ini dilakukan untuk mencegah kesamaan topik antar anggota. Subjek yang dimuat boleh saja sama, namun objek permasalahan harus berbeda agar muatan news value di setiap artikel memiliki *unusualness* atau keunikannya tersendiri. Target liputan sekaligus didasari dengan pemilihan jenis berita seperti *straight news*, *feature news*, *indepth news*, infografis, *photostory*, dan opini.

3.10 Lini Masa

Kegiatan rutin produksi diawali dengan merancang rencana supaya dalam melakukan kegiatan pembuatan berita dapat berjalan sesuai standar yang sudah ditentukan. Lini masa memudahkan tim redaksi untuk memetakan langkah yang tepat supaya berjalannya kegiatan manajemen media online menjadi efektif dan efisien.

3.11 Rubrikasi

Untuk memperkaya informasi dan penyajian konten Dioramalang.com mengembangkan rubrikasinya menjadi sembilan poin, di antaranya:

1. Bumi Arema

Di dalam rubrik Bumi Arema, tim redaksi berusaha menyuguhkan

artikel yang berisi tentang hal-hal yang erat hubungannya dengan Kabupaten dan Kota Malang. Oleh karena itu penamaan rubriknya menggunakan kata Arema agar lebih menonjol dan menarik perhatian para pembaca.

2. Liputan Khusus

Pada rubrik yang satu ini berisi artikel berita yang disajikan dalam bentuk *depth news* sehingga penulisannya dilakukan melalui riset dan reportase yang panjang. Biasanya memuat informasi yang belum banyak ditemukan di media lain dan tentunya hal ini didapatkan melalui data yang ada di lapangan, narasumber kunci, serta diperkuat dengan pendapat ahli.

3. Anyaran

Rubrik Anyaran memuat berita terbaru seputar tradisi, budaya, dan sejarah yang ada di Kabupaten dan Kota Malang.

4. Uklam-uklam

Pada rubrik yang satu ini berisi artikel yang memuat tentang destinasi wisata dan kuliner yang informatif sekaligus *entertaining* sehingga dapat menjadi referensi destinasi perjalanan bagi masyarakat yang berada baik di dalam wilayah Malang maupun di luar wilayah Malang.

5. Crito Ngalam

Rubrik yang satu ini berisi berita tentang sejarah dan tradisi yang ada di Kabupaten dan Kota Malang.

6. Safari Budaya

Pada rubrik Safari Budaya, Dioramalang.com memberikan artikel yang membahas tentang keberagaman kebudayaan Malang.

7. TUTOR

Rubrik Tutor disediakan sebagai wadah bagi seluruh tim redaksi dan bahkan untuk umum yang ingin menyuguhkan opininya seputar tema yang sudah ditetapkan oleh Dioramalang.com.

8. POTRET

Dalam rubrik Potret konten yang dimuat merupakan artikel *photostory* yang sebagian besar isinya merupakan kumpulan foto.

9. INFOGRAFIS

Muatan yang ada pada rubrik Infografis adalah konten visual yang dibuat semenarik mungkin dan berisi rangkuman informasi sehingga dapat dibaca dengan lebih mudah.

3.12 Alur Kerja (Workflow)

Prosedur manajemen media online Dioramalang.com melalui proses alur kerja sekuensial yang rangkaian penyelesaiannya berurutan. Berikut merupakan tahapannya:

1. Rapat redaksi untuk menentukan topik berita supaya tidak ada kesamaan target liputan antar anggota.
2. Liputan dilakukan secara online karena bertepatan dengan awal masuknya pandemi COVID-19 dengan menggunakan referensi tulisan yang sudah ada

di internet, wawancara, serta merujuk jurnal ilmiah.

3. Mengolah informasi menjadi naskah berita yang sesuai standar Dioramalang.com.
4. Naskah berita diserahkan ke editor untuk diteliti dan diedit. Apabila ada kesalahan dalam penulisan maka editor akan menghimbau reporter supaya tidak melakukan kesalahan serupa di kemudian hari.
5. Naskah yang sudah diedit diteruskan ke pimpinan redaksi untuk dinilai apakah sudah layak terbit.
6. Naskah siap untuk diunggah dan didistribusikan ke media sosial Instagram dan X (Twitter).

